

Al Care Dental · 首页（Landing Page）设计文档

内部评审版

2026-10-07

3 个方向

对象：alcaredental.com 重建后的首页 · 交付物：3 套可直接落地的静态原型 + 共用设计规范

这次要解决的问题：诊所网站重建后，首页承担三个任务——（1）让急诊/牙痛的患者立刻打电话或在线预约；（2）让 Leduc / Beaumont / Calmar 的家庭把它当作长期家庭牙医；（3）把 Google 上的信任（4.8★、三条真实评价、比 Alberta 费用指南便宜、保险直付）在首屏讲清楚。

做法：围绕同一套经过核实的事实（NAP、营业时间、13 项服务、预约链接、真实评价、客户实拍照片），做出三个方向明确的首页原型：**A 家庭社区路线**、**B 急诊转化路线**、**C 品质编辑路线**。三套都是自包含 HTML（无外部 CSS/JS/CDN，无网络字体），可直接当原型投放，也可直接搬进现有 WordPress。

建议：以 **A 的区块结构** 为骨架，采纳 **C 的排版质感**（大留白 + 衬线标题），并加入 **B 的手机端固定电话条**。理由在下方“推荐”一节。

配色（v3，以 logo 的青色为主）：logo 本身是「青 + 红」——一颗竖着劈开的心，左半红，右半青，白色负空间是牙齿。但红色在原来的网站里几乎不出现，所以实做**以青色为绝对主色**：所有按钮都是青底白字，红色**不做任何 button 底色**，只留在 logo 图形本身。全部对比度实测合格，线上站点已同步。

一、配色：从 logo 推导，以青色为主（v3）



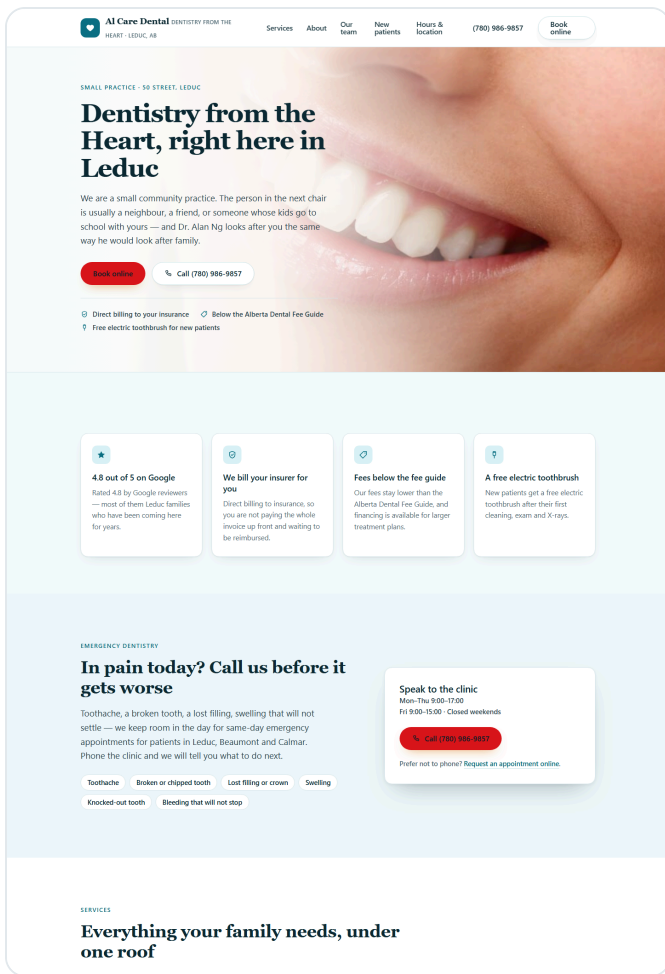
诊所 logo 是一颗**竖向劈开的心**：左半红色、右半青色，中间用白色负空间勾出一颗牙齿；主字标“Al Dental”用青色，副字标“AL CARE DENTAL”用红色。也就是说**品牌本来就是「青 + 红」**，之前那版蓝 + 琥珀其实是脱离了 logo 的。

机器取样结果：青色 #00b7ce（占非背景像素约 13%）、红色 #ee1c22、字标黑 #000000、浅青底 #bbecf2。红色在原来的网站上基本不出现，因此实际页面**只取 logo 的青色系做主色**，红色不做 UI 用途（按钮、色块一律不用红）：

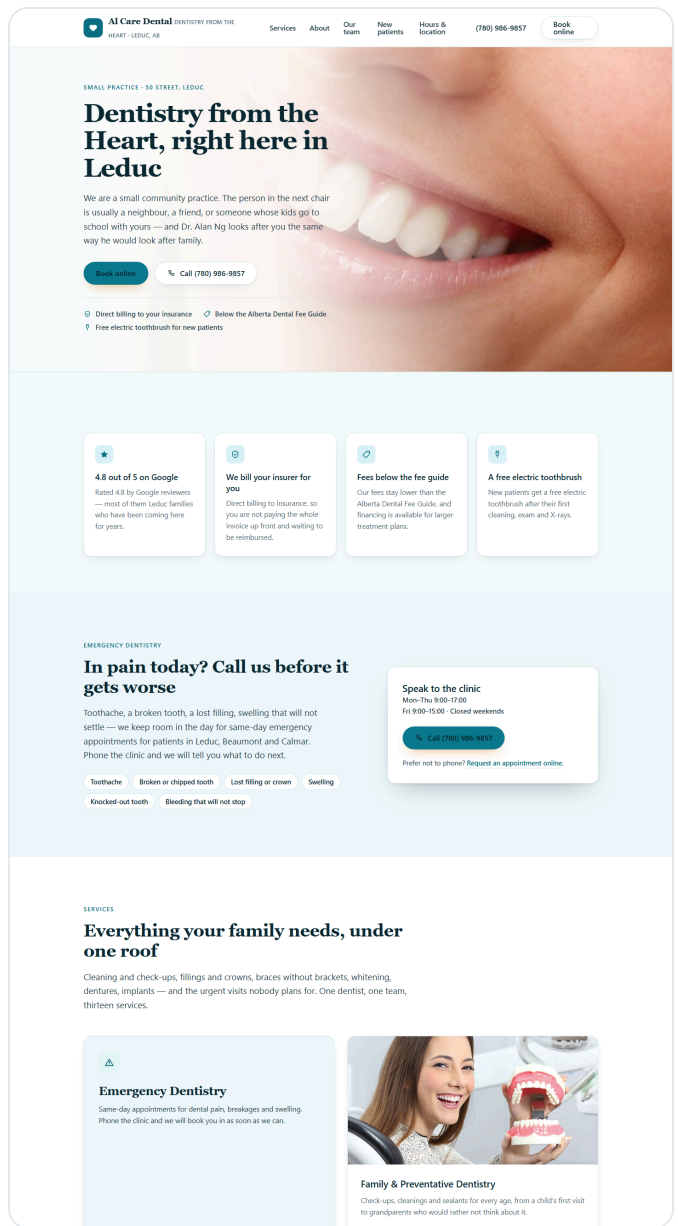
角色	值	来源	对比度（实测）
主按钮 / CTA（所有按钮）	#0d7a8c	logo 青色系（青 + 少量墨），青底 白字	5.02:1 ✓ AA
CTA hover	#0a6373	同色压暗	6.90:1 ✓（悬停只提高对比）
主色（链接 / 眉标 / 图标 / 次级强调）	#0b7285	logo 青 #00b7ce 压暗到可读	5.59:1 ✓ AA
品牌青（装饰：分隔线、暗底点缀、浅底）	#00b7ce	logo 青色原值	仅装饰，不做正文
标题深墨	#0a2a33	logo 字标黑 + 青色相	15.09:1 ✓
暗底（急诊段 / 页脚）	#062028	深青墨	白字 16.87:1 ✓
正文 / 次要文字	#29454e / #55707a	青灰	10.22:1 / 5.27:1 ✓
浅底 / 发丝线	#f2fafb / #dbe8ec	青色相浅色	—

整个页面**没有任何红色按钮或红色色块**；红只出现在 logo 图形本身。次要动作用描边按钮、再次要用青色文字链接，形成「实心 → 描边 → 文字链」三级层次。

对比：红色 CTA（已否） vs 青色 CTA（现版）



上一版：红色按钮 —— 已否（原站没有红）



现在：青色按钮，红色只留在 logo

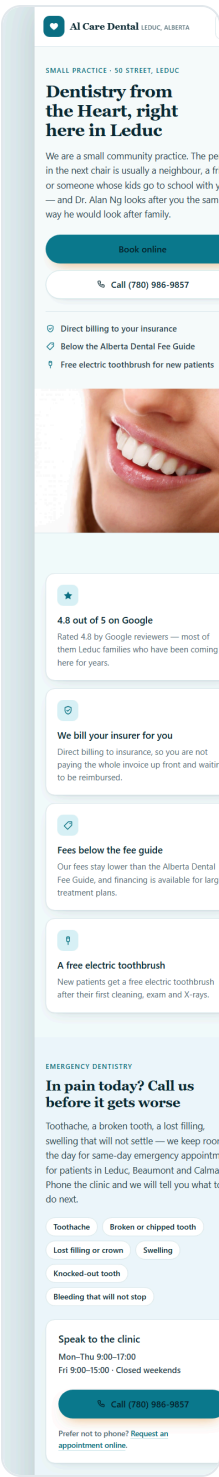
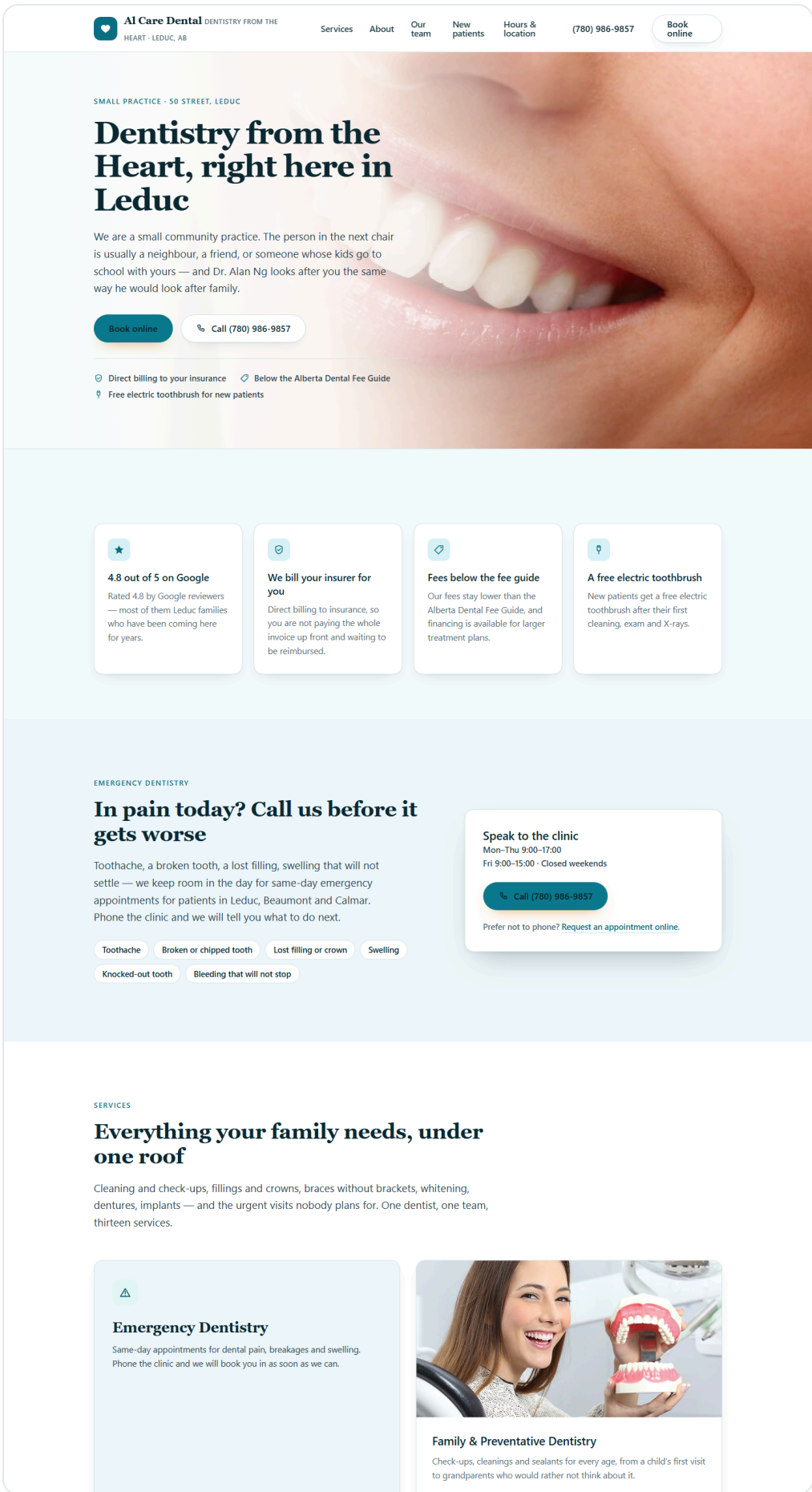
同一套排版、同一套图片，只换颜色 token —— 这就是「换皮肤不换骨架」的实际效果。

二、三个方向

以下截图均为原型实际渲染结果（1440px 桌面 / 390px 手机），文案与图片都是真实的——没有占位文本，也没有 Dr. Amirault / Dr. Gibb（已确认不在诊所）。完整原型：`design/direction-a|b|c-{desktop,mobile}.html`。

A • Clinic Warm 家庭 / 社区诊所路线

H1 "Dentistry from the Heart, right here in Leduc"



手机 390px

桌面 1440px

区块顺序

1. 顶栏：导航 + 电话 + Book online
2. Hero：品牌口号 + 双 CTA（Book / Call）
3. 信任条：4.8★ Google · 保险直付 · 低于费用指南 · 免费电动牙刷
4. 急诊带：In pain today? Call us before it gets worse
5. 服务：Everything your family needs, under one roof
6. 13 项服务清单
7. 医生：Dr. Alan Ng
8. 团队：The people who will look after you
9. 新病人：免费电动牙刷
10. 患者评价（3 条）
11. 位置：Find us on 50 Street in Leduc

视觉语言

暖白米色底 + 深蓝墨字 + 单一琥珀色 CTA；衬线大标题 + 系统无衬线正文

优点

品牌与转化兼顾；结构最完整，家庭 + 急诊两类客人都能接住；暖色调贴合“社区诊所/把病人当家人”的定位；本地 SEO 元素齐（NAP、服务清单、评价、营业时间）

代价 / 风险

段落最多，内容维护量最大（团队、评价、服务列表都要常年更新）；视觉上比 C 更容易“像普通诊所网站”

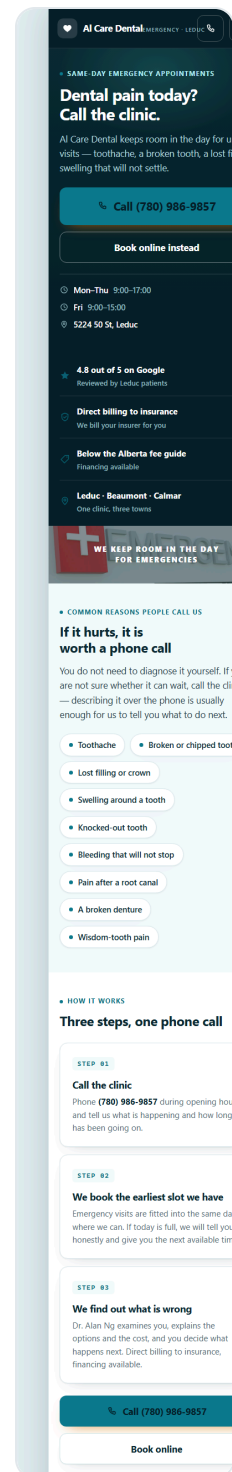
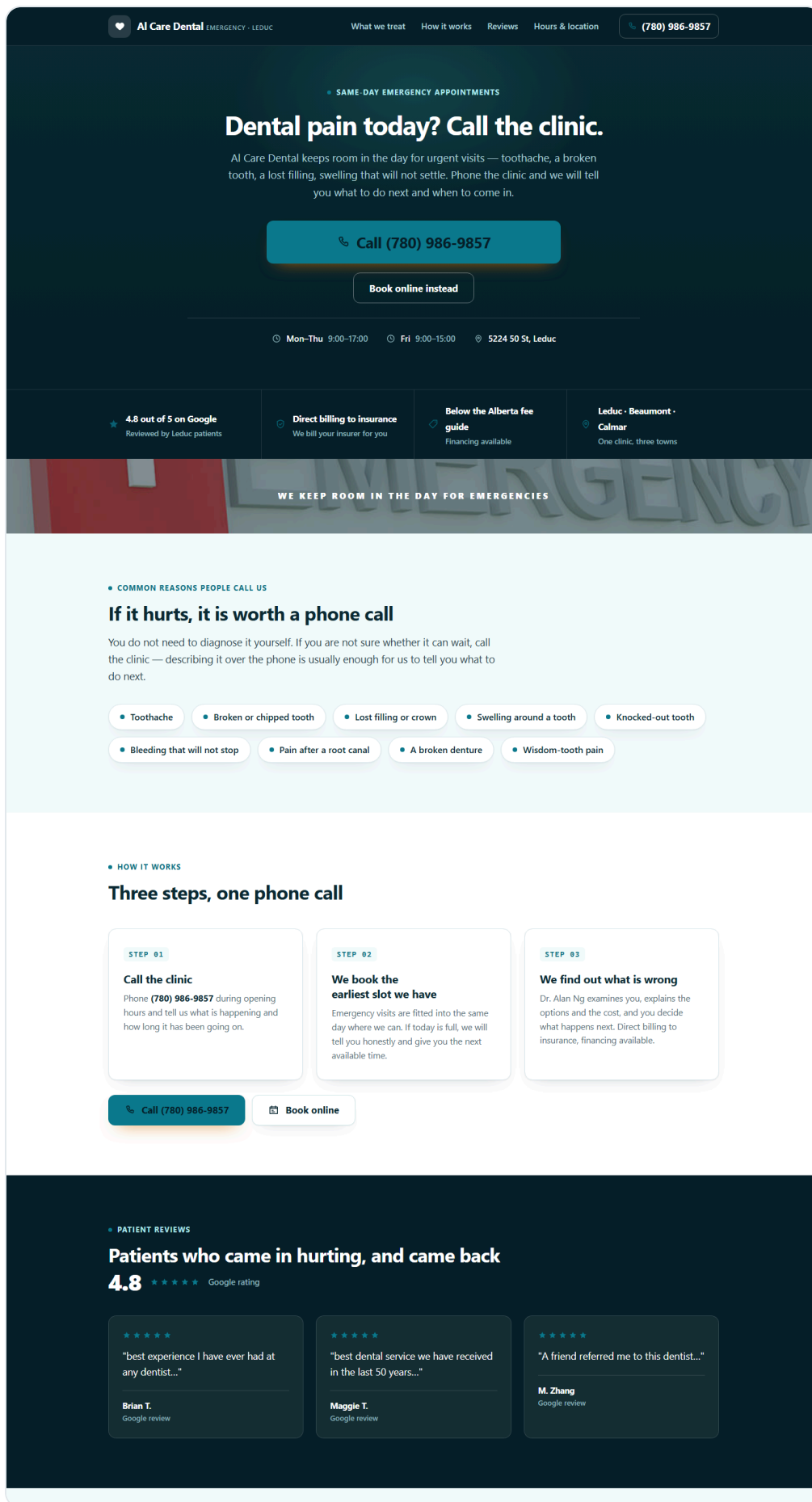
适用场景

把“社区诊所、家庭感、比 Alberta 费用指南便宜”当主要卖点的打法

内容维护成本：中（10 段，团队/评价/服务需要更新）

B · Emergency First 急诊转化路线

H1 "Dental pain today? Call the clinic."



手机 390px

桌面 1440px

区块顺序

1. 深色顶栏：Emergency • Leduc + 电话
2. Hero：电话最大 + Book online 次之 + 营业时间/地址
3. 信任条：4.8★ · 直付保险 · 低于费用指南 · Leduc/Beaumont/Calmar
4. 急诊横幅：We keep room in the day for emergencies
5. “If it hurts, it is worth a phone call” 症状 chips（牙痛/断牙/补牙脱落...）
6. 三步流程：Three steps, one phone call
7. 患者评价
8. 13 项服务
9. 营业时间 + 位置

视觉语言

深海军蓝 + 白字 + 琥珀 CTA；单一家族（系统无衬线）靠字重对比

优点

转化目标最单一（打电话），首屏号码最大；页面最短、维护成本最低；抢“Leduc 急诊牙医”这类搜索 + 投广告的落地页天然合适

代价 / 风险

淡化品牌与家庭感；对“我要找长期家庭牙医”的客户吸引力弱；服务内容被压缩，长期仍需别的页面承接

适用场景

主攻急诊流量 / 广告落地页，或作为独立子页（/emergency-dentistry/）而非首页

内容维护成本：低（7 段）

C · Modern Clean 品质 / 编辑风路线

H1 "A small clinic where you are a name, not a file number"

DENTISTRY FROM THE HEART · 50 STREET, LEDUC

A small clinic where you are a name, not a file number

Al Care Dental looks after Leduc, Beaumont and Calmar families. One dentist, thirteen services, and a waiting room where you will recognise the person beside you.

[Book online](#)

or call (780) 986-9857



5224 50 ST The clinic door, mid-morning, on a weekday.

4.8

Google rating, from patients in Leduc

Direct billing

We bill your insurance company for you

Below the fee guide

Our fees stay under the Alberta Dental Fee Guide

New patients

Free electric toothbrush after your first cleaning, exam and X-rays



01 - EVERYDAY CARE

Check-ups, cleanings and the small things that keep teeth quiet

Most of what we do is preventative: a cleaning, a look around, a conversation about what to watch. It is also the cheapest dentistry there is — which is why we push it.

- ✓ Family and preventative dentistry for every age
- ✓ Sealants, fluoride and advice that fits your routine
- ✓ Sports guards and night bite appliances

[See all thirteen services](#) →

02 - YOUR DENTIST

Dr. Alan Ng — "Dr. Al" to most of our patients

Dr. Al runs a small practice on purpose. He knows the families he treats, and he would rather explain a treatment plan twice than talk anyone into something they did not need.

Dr. Youky Shen works alongside him, so appointments stay available through the week.

[Book a visit](#) →



DENTISTRY FROM THE HEART · 50 STREET, LEDUC

A small clinic where you are a name, not a file number

Al Care Dental looks after Leduc, Beaumont and Calmar families. One dentist, thirteen services, and a waiting room where you will recognise the person beside you.

[Book online](#)

or call (780) 986-9857



5224 50 ST The clinic door, mid-morning, on a weekday.

4.8

Google rating, from patients in Leduc

Direct billing

We bill your insurance company for you

Below the fee guide

Our fees stay under the Alberta Dental Fee Guide

New patients

Free electric toothbrush after your first cleaning, exam and X-rays



01 - EVERYDAY CARE

Check-ups, cleanings and the small things that keep teeth quiet

Most of what we do is preventative: a cleaning, a look around, a conversation about what to watch. It is also the cheapest dentistry there is — which is why we push it.

- ✓ Family and preventative dentistry for every age

手机 390px

区块顺序

1. 顶栏：极简导航 + 电话 + Book online →
2. Hero：街景实拍 + 品牌口号 + CTA
3. 信任条（浅灰带）：4.8 / 直付 / 低于费用指南 / 新病人牙刷
4. Band 01 日常护理（图左文右 + 勾选清单 + See all thirteen services）
5. Band 02 医生：Dr. Alan Ng（含 Dr. Youky Shen）
6. Band 03 修复治疗
7. Band 04 美容牙科
8. Band 05 急诊（When it cannot wait）
9. 13 项服务
10. 患者评价
11. 新病人 + 位置

视觉语言

米色画布 + 深墨蓝衬线标题 + 琥珀单色强调 + 细发丝线；靠排版不靠颜色

优点

和 Leduc 现有牙科站区隔最明显（竞品基本都是蓝色模板）；排版驱动、留白大，品质感最强；适合讲“人”的故事

代价 / 风险

对照片质量要求最高（团队照、诊所照不能将就）；大衬线标题要求文案精炼；CTA 相对克制，转化不如 A/B 直给

适用场景

想走“精品诊所 / 有人味的小店”定位，且愿意补齐实拍照片

内容维护成本：中（11 段，但每段文字量小）

三、推荐：A 的骨架 + C 的质感 + B 的手机电话条

本地牙科的真实客源就两类：**家庭常客**和**急诊病人**。A 的结构两类都接得住（信任条 → 急诊带 → 服务 → 医生/团队 → 新病人 → 评价 → 位置），是唯一“不需要在别的页面上补内容”的首页。

B 的价值在于移动端：牙痛的人是在手机上搜的，B 把号码放在最大的位置，还做了“哪些情况值得打电话”的症状入口——这套做成首页会牺牲品牌，但**固顶电话/预约条应该全站都加**（一行 CSS + 一个 hook 的事）。

C 的价值在于区隔：Leduc 的牙科站基本是同一套蓝色模板，米色 + 衬线 + 大留白的版本一眼就能记住，也最像“有人味的精品诊所”。C 的排版规则可以直接迁到 A 的区块上。

方向	一句话	转化力	品牌力	维护成本	建议用途
A Clinic Warm	暖色家庭诊所，结构最全	高	高	中	首页推荐骨架
B Emergency First	深色急诊页，号码最大	最高	中低	低	手机电话条 + <code>/emergency-dentistry/</code> 子页
C Modern Clean	米色编辑风，留白最大	中	最高	中	视觉基准（排版/配色迁到 A）

四、共用设计规范

#00b7ce
品牌青 (logo 原色)

#0b7285
青·深 (链接/眉标)
5.59:1

#0d7a8c
青·CTA (全部按钮)
白字 5.02:1

#0a2a33
深青墨 (标题)

#062028
暗底 (急诊段/页脚)

#f2fafb
浅底

排版

字体全部走系统字体栈（不加载网络字体，速度优先）：标题衬线 `Georgia` / 正文 `-apple-system, "Segoe UI", Roboto`；B 方向用单一无衬线靠字重 (800/500) 对比。正文 16–17px，行高 1.6–1.7，中文页面用微软雅黑兜底。

按钮与状态

主按钮统一 **青底白字**（`#0d7a8c`，5.02:1，AA 合格），hover 压暗到 `#0a6373`（6.90:1）——**悬停只会提高对比度**。次级动作用描边按钮（白底 + 青描边 + 青字），再次要用青色文字链接并始终保留下划

线。**红色不做任何按钮底色**，只出现在 logo 图形里。焦点环 3px：浅底用青色、深色 Hero 上换成亮青。所有对比度都是实测值（见 `spec.md`）。

图片槽位

三个方向都只用了客户实拍：诊所外观/内部（`al-care-dental-office/01/02`）、Dr. Alan Ng 肖像（`dr-ng`）、治疗过程（`main-cosmetic/emergencies/hygiene/restorations`）、电动牙刷（`oral-care`）、微笑特写。需要新增的只有**团队照**（见待确认清单第 1 条）。

五、怎么落到现在的 WordPress 上

- **结构不动**：页面、URL、菜单、Yoast、schema 都已就位，首页换的是“区块组合 + 一套 token”，不需要改 WordPress 结构。
- **A 方向**：Hero / 信任条 / 服务网格 / 医生 / 团队 / 新病人 / 评价 / 位置 —— 这些区块在现有子主题里已经有对应的样式类，按 A 的顺序重排首页内容即可。
- **B 的移动电话条**：全站加一行“固定底栏（Call + Book）”，只在 $\leq 768\text{px}$ 显示，避免遮住内容。
- **C 的质感**：把米色画布 / 衬线标题 / 发丝线抽成主题变量，A 的区块直接套用，等同于“换皮肤不换骨架”。
- **上线前**：域名切过来之前整站保持 noindex，切换当天关掉并提交 sitemap。

六、需要客户确认（决定文案能不能定稿）

1. **团队照**：Dr. Alan Ng 有照片；Dr. Youky Shen、Debi、Brenda、Jackie、Gwen、Chloe 目前没有可用的正脸照 —— 需要诊所提供或安排重拍（这是三个方向里唯一的“未完成项”）。
2. **“免费电动牙刷”促销**是否仍然有效（现在三个方向都写了）。
3. **营业时间**：Mon–Thu 9:00–17:00 / Fri 9:00–15:00 / 周末休 —— 是否仍然准确。
4. **4.8★ Google 评分 + 三条评价引用**（M. Zhang / Brian T. / Maggie T.）是否可以用，或换成最新评价。
5. **13 项服务**清单是否需要增减。
6. **“Fees below the Alberta Dental Fee Guide”** 这个说法是否保留（合规表述）。
7. **急诊/当天预约**是否确实提供（B 方向的核心承诺，也是 A 的第二段）。

七、文件清单

文件	内容
----	----

<code>design/direction-a-desktop.html / - mobile.html</code>	A 方向原型（自包含，可直接打开）
<code>design/direction-b-desktop.html / - mobile.html</code>	B 方向原型
<code>design/direction-c-desktop.html / - mobile.html</code>	C 方向原型
<code>design/spec.md</code>	共用规范：事实清单、颜色 token、对比度实测、字号/间距尺度、每段的确切标题与图片槽位
<code>design/assets/</code>	原型用的客户实拍照片（本地副本）
<code>design/dir*_desktop.png / dir*_mobile.png</code>	三个方向的渲染截图（文档中的图片就是它们）

内部评审文档 · 由内部设计工具生成原型与规范 · 截图与文案均来自真实素材，未使用任何占位内容。